



## Premi

# Bronzo per il Gruppo Roncaglia ai DMA International ECHO Awards di Las Vegas

Il programma Loyalty enelpremia 3.0, realizzato per Enel Energia, ha ottenuto un Bronzo al prestigioso premio internazionale riservato al direct marketing ed alla comunicazione data driven, per la categoria 'Loyalty or Retention Campaign' nella cerimonia che il 7 ottobre scorso si è svolta a Las Vegas.

Per il secondo anno consecutivo il **Gruppo Roncaglia** conquista un metallo ai **DMA International ECHO Awards**, prestigioso premio internazionale riservato al direct marketing ed alla comunicazione data driven, promosso dalla **Data & Marketing Association degli Stati Uniti**. Il programma Loyalty **enelpremia 3.0**, realizzato per **Enel Energia**, ha ottenuto un Bronzo per la categoria 'Loyalty or Retention Campaign' nella cerimonia che il 7 ottobre scorso si è svolta a Las Vegas.

Istituito in USA nel 1929, il premio dà riconoscimento alle campagne "più audaci, coraggiose e più performanti" provenienti da tutto il mondo, che sanno unire creatività, strategia e risultati e valutate nell'intero ecosistema del marketing.

Il Gruppo Roncaglia si è affermato inoltre come l'**agenzia più premiata all'edizione 2018 dei DMA Awards Italia**, dove ha ottenuto Oro, Argento e Bronzo in tre diverse categorie.

enelpremia 3.0, programma fedeltà dedicato a tutti i clienti residenziali di Enel Energia è riuscito a costruire una vera e propria community attiva, registrando un milione e trecentomila iscritti con 3 milioni di attività svolte.

enelpremia 3.0 promuove uno stile di vita sostenibile ed incoraggia i comportamenti positivi, per il singolo e per la collettività, premiandoli con sconti in bolletta. Si articola in attività di gamification, concorsi e numerose altre iniziative, sia online che offline. Ha coinvolto tutti i membri a partecipare attraverso attività di edutainment e infotainment per guadagnare punti energia e, soprattutto, prendendosi cura dell'ambiente.

"Quando si propongono idee, processi e tecnologie che sono innovativi e stimolanti, la loyalty si conferma come uno dei terreni più fertili per costruire una relazione ingaggiante fra consumatori e brand - osserva **Giulia Roncaglia**, amministratore unico della Roncaglia Relationship Marketing -. Che questa storica e qualificata competizione internazionale ci assegni anche quest'anno uno dei suoi maggiori riconoscimenti è per noi un'importantissima attestazione che ci dà un forte impulso per continuare a misurarci in un orizzonte sempre più globale".